MARKETING Terms

Pocket Dictionary (1)

إنجليزي – عربي



FIRST EDITION

الدكتور عبيد بن سعد العبدلي
جامعة الملك فهد للبترول والمعادن

Dr. Obaid Saad Al-Abdali

ⓒ **عبيد سعد العبدلي، ١٤٣٥ هـ**

فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر

العبدلي ، عبيد سعد
المصطلحات التسويقية (انجليزي عربي) قاموس الجيب. / عبيد سعد
العبدلي .- الرياض ، ١٤٣٥هـ

١١٤ ص؛ ٨,٥ × ١٢سم

ردمك: ٩-٣-٤٠٠٣-٠١-٦٠٣-٩٧٨

١- التسويق ٢- المصطلحات أ. العنوان

ديوي ٦٥٨,٨ ١٤٣٥/١٠٠٠

رقم الإيداع: ١٤٣٥/١٠٠٠

ردمك: ٩-٣-٤٠٠٣-٠١-٦٠٣-٩٧٨

إهداء

إلى إبنتي الحبيبة ريوف

مقدمة
Introduction

منذ الإصدار الأول لسلسلة «نحو ثقافة تسويقية» قبل ثمان سنوات كان الهدف الأساس للسلسلة هو تبسيط علم التسويق ومفاهيمه لتخرج بلغة عربية سهلة يستوعبها القارئ العادي؛ إسهامًا منا في نشر الثقافة التسويقية في عالمنا العربي والارتقاء بالممارسات في أسواقنا العربية لبناء علاقة صحية بين التاجر والمستهلك تخدم مصالح الطرفين.

وقد صدر العديد من الكتب في مجالات تسويقية مختلفة ضمن هذه السلسلة منذ انطلاقتها عام ٢٠٠٦، من بينها قواميس التسويق التي كانت ترمي - بالإضافة إلى الهدف العام للسلسلة - إلى مساعدة طلاب التسويق العرب، إضافة إلى المهتمين والممارسين للتسويق، من خلال تقريب المصطلحات التسويقية بنقلها من اللغة الإنجليزية إلى اللغة العربية.

وهذا العمل - كما ترى - يحتاج إلى تكاتف الجهود، في حين أن الجهد في هذه القواميس - كما هي الحال في بقية إصدارات السلسلة - كان جهدًا شخصيًا، يحتمل الخطأ ويعتريه القصور. لذا أتمنى ألا تبخل علي أيها القارئ الكريم بملاحظاتك ومقترحاتك ليتم تداركها والاستفادة منها في الطبعات القادمة. كما يسعدني تلقي أي ملاحظات تسهم في تطوير هذه السلسلة لتؤدي رسالتها على أكمل وجه.

وقاموس الجيب الذي أضعه بين أيديكم الآن يحتوي على ١٣٧٦ مصطلحًا تسويقيًا أرى أنها ذات أهمية خاصة لكل من يدرس أو يمارس هذا العلم. وهو الإصدار رقم (١٥)

في سلسلة «نحو ثقافة تسويقية»، والأول بحجم الجيب ضمن هذه السلسلة.

وقـد تم اختيار حجـم الجيب ليكون مرجعًا سهل الحمـل والاستخدام من قبل الطلاب والباحثين والمهتمين بعلم التسويق.

وفي الختام أشكر كل من ساهم ودعم هذا الجهد بتصحيح أو رأي أو اقتراح، متمنيًا أن يكون هذا الإصدار إضافة للمكتبة العربية التسويقية.

والله ولي التوفيق

د. عبيد بن سعد العبدلي

الرياض – مارس ٢٠١٤م

الإصدار الأول بحجم الجيب ـ الخامس عشر ضمن سلسة «نحو ثقافة تسويقية»

A

Ability to Buy
القدرة على الشراء

Above the Line Cost
مصاريف وسائل الإعلان الرئيسة (فوق الخط)

Acceptable Quality
نسبة الجودة المقبولة

Access to Distribution Channel
سهولة الوصول للمنفذ البيعي

Accessories
سلع سريعة الاستهلاك

Accessory Goods
السلع المسانده

Account
حساب

Account Executive
مسؤل علاقات العملاء

Account Representative
ممثل حسابات

Account Supervisor
مشرف حسابات

Accumulating
تجميع

Acquisition Strategy
إستراتيجية الاستحواذ

Action
فعل

Active listening
الإنصات الفاعل

Actual Product
المنتج الفعلي

Administered Channel Systems
إدارة نظام قنوات التوزيع

Administration
الإدارة التنفيذية

Administrative Expenses
مصروفات إدارية

Adoption Curve
منحنى التقبل

Adoption Process
عمليات التقبل (التبني) للمنتجات

Advance Payment
الدفع مقدمًا

Advertise
يعلن

Advertisement
منشور إعلاني

Advertiser
المعلن

Advertising (Ads)
الإعلان

Advertising Agency
وكالة إعلانية

Advertising Allowances
مخصصات إعلانية

Advertising Appropriations
الإعتمادات الإعلانية

Advertising Budget
ميزانية الإعلان

Advertising Campaign
حملة إعلانية

Advertising Claim
ادعاء الإعلان

Advertising Clutter
فوضى الإعلان

Advertising Effectives
تأثير الإعلان

Advertising Expenditure
الإنفاق الإعلاني

Advertising Manager
مدير الإعلانات

Advertising Media
وسائل نشر الإعلان

Advertising Message
الرسالة الإعلانية

Advertising Objectives
أهداف الإعلان

Advertising Penetration
اختراق الإعلان

Advertising Spending
مصروفات إعلانية

Advertising Wear Out
تلاشي تأثير الإعلان

Advertorial
إعلان تحريري

Advocacy Advertising
إعلان توضيحي (تأييد)

After Sales Services
خدمات ما بعد البيع

Against All Risk
ضد جميع المخاطر

Agent
وكيل

Agent Middlemen
الوسيط

Aggressive Pricing
التسعير الهجومي

Agreement
اتفاقية

Agricultural Marketing
التسويق الزراعي

AIDA Model
نموذج أيدا لقياس الإعلان

Air Freight
النقل الجوي

Alliances
التحالفات

Allowances
مخصصات

American Marketing Association
الجمعية الأمريكية للتسويق

Analysis
تحليل

Anticipative Marketing
التسويق الاستباقي

Appliance
أدوات أو أجهزة

Applied Research
البحوث التطبيقية

Area Manager
مدير منطقة

Artwork
العمل الفني

Aspirational Group
المجموعات الطموحية (المتطلعة)

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

Assembly Lines
خطوط التجميع

Assorting
تشكيلات متنوعة

Attack Marketing Strategy
إستراتيجيات المهاجم في التسويق

Attention
جذب الانتباه

Attitude
الاتجاهات

Attitude Survey
دراسة الاتجاهات

Auction Companies
شركات المزاد

Auctioneer
دلال

Audit Bureau of Circulation (ABC)
هيئة التحقق من الانتشار

Augmented Product
المنتج المعزز أو المضاف

Automated Teller Machines (ATM)
الصراف الآلي

Available Market
السوق المتاحة

Average Cost Per–Unit
متوسط التكلفة للوحدة

Average Cost Pricing
تسعير متوسط التكلفة

Awareness
الوعي

B

Bargain
المساومة (المكاسرة)

Barter
المقايضة

Base Price
السعر الأساس

Battle of the Brands
حرب الأسماء التجارية

Bazaar
بازار

Beginning Inventory
بداية المخزون

Behavioral Segmentation
التقسيم السلوكي

Belief
اعتقاد

Bait Advertising
الإعلان الطُعم

Bait Pricing
التسعير الطعم (القيادي)

Balance of Trade
ميزان التبادل التجاري

Bank Draft
حوالة مصرفية

Bank Services Mix
مزيج الخدمة المصرفية

Bankruptcy
إفلاس

Banner
شريط إعلاني

Barcode
ترميز رقمي

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Below the Line Cost
مصاريف غير رئيسية بوسائل الإعلان (تحت الخط)

Benchmarking
المقارنة المرجعية

Benefit Segmentation
التقسيم وفقًا للمنفعة

Benefit Sought
المنافع المتوقعة

Best Bid
أفضل عطاء

Bestseller
المنتج الأكثر رواجًا

Better Business Bureau
مكتب تحسين الأعمال

Bid
عطاء (مناقصة)

Bid Pricing
أسعار العطاءت (مناقصات)

Black Market
السوق السوداء

Black List
القائمة السوداء

Blind Product Test
الاختبار الأعمى للمنتج

Blind Selling
البيع الأعمى

Board of Directors
مجلس إدارة

Bonus
مكافأة

Bottom Up Planning
التخطيط من المستوى الأدنى للأعلى

Boycott
مقاطعة

Brainstorming
العصف الذهني

Brand
العلامة

Brand Advertising
الإعلان التمييزي

Brand Awareness
الوعي بالعلامة التجارية

Brand Recognition
تمييز الاسم التجاري

Brand Building
بناء العلامة التجارية

Brand Equity
قيمة العلامة التجارية

Brand Evaluation
تقييم العلامة التجارية

Brand Extension
توسيع العلامة التجارية

Brand Familiarity
أُلفة الاسم التجاري

Brand Image
الصورة الذهنية للعلامة التجارية

Branding
تمييز المنتج

Brand Insistence
الإصرار على اسم تجاري معين

Brand Licensing
السماح باستخدام اسم العلامة التجارية

Brand Loyalty
الولاء للعلامة أو الصنف

Brand Management
إدارة العلامة التجارية

Brand Name
اسم الصنف

Brand Non Recognition
عدم تمييز الاسم التجاري أو المنتج

Brand Popularity
شهرة العلامة التجارية

Brand Position
تثبيت الاسم التجاري

Brand Preference
تفضيل الاسم التجاري

Brand Rejection
رفض الاسم التجاري

Brand Switching
التنقل بين العلامات التجارية

Brand Value
قيمة العلامة التجارية

Breakeven
نقطة التعادل

Breakeven Pricing
التسعير على أساس نقطة التعادل

Breakthrough Opportunities
فرص تجارية غير مسبوقة

Bribery
رشوة

Broadcast Media
وسائل الإعلام عبر الأثير

Brochures
مطويات

Broker
وسيط (سمسار)

Budget
ميزانية

Buffer Stock
مخزون احتياطي

Bulk Breaking
تجزئة الشحنة

Bundle of Benefits
مجموعة منافع

Bundle Pricing
تسعير مجموعة السلع

Business
عمل تجاري

Business Analysis
تحليل الأعمال التجارية

Business Buyers
مشترو المنشآت

Business Buying Process
عملية شراء الأعمال التجارية

Business Customers
العميل الصناعي

Business Globalization
عالمية الأعمال

Business Hours
ساعات الدوام

Business Logistics
الإمداد والتموين

Business Market
سوق الأعمال التجارية

Business Portfolio
محفظة منتجات الأعمال

Business Products
منتجات تجارية

Business Studies
الدراسات التفصيلية الخاصة بالأعمال

Business To Business Marketing (B2B)
الأنشطة التسويقية بين مؤسسات الأعمال

Business To Customer (B2C)
الأنشطة التسويقية بين الشركة والعميل

Businessman
رجل أعمال

Businesswoman
سيدة أعمال

Buyer Readiness Stage
مرحلة جاهزية المشتري

Buyers
المشترون

Buyers Market
سوق المشترين

Buying
الشراء

Buying Agent
وكيل الشراء

Buying Attention
نية الشراء

Buying Behavior
سلوك الشراء

Buying Frequency
تكرار عملية الشراء

Buying Function
وظيفة الشراء

Buying Habit
العادة الشرائية

Buying Motives
حافز الشراء

Buying Process
عملية الشراء

Buying Unit (Center)
وحدة (مركز) الشراء

Buzz Marketing
التسويق عن طريق الإثارة

By Product
سلعة جانبية

C

Campaign
حملة

Capital
رأس المال

Capital Goods
السلع الرأسمالية

Capital Items
عناصر رأس المال

Captive Pricing
التسعير المقيد

Cartel
الاتحادات السعرية

Case Study
دراسة حالة فردية

Cash
نقد

Cash and Carry
ادفع واحمل

Cash and Carry Wholesaler
تجار جملة يتعاملون بالنقد

Cash Cows Products
المنتجات المدرة للدخل

Cash Discount
الخصم النقدي

Cash Flow
التدفقات النقدية

Cash in Advance
الدفع المقدم نقدًا

Cash Register
آلة تسجيل النقد

Cashier
صراف

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

Catalog
كاتلوج

Catalog House
محل للبيع عن طريق الكتالوجات

Catalog Showroom Retailers
تجار البيع من خلال الكاتولوجات

Catalogue Marketing
التسويق عن طريق الكاتلوجات

Causal Research
البحث السببي

Celebrity
شخص مشهور

Census
التعداد السكاني

Central Market
سوق مركزي

Certificate of Origin
شهادة المنشأ

Chain Captain
منظم التوزيع

Chain Store
سلسلة متاجر

Chairman
رئيس مجلس الإدارة

Change
صرف (فكة ـ الباقي)

Channel Conflict
تضارب مصالح منافذ التوزيع

Channel Members
أعضاء منافذ التوزيع

Channel Objectives
أهداف قناة التوزيع

Channel of Distribution
قنوات التوزيع

Channel Power
قوة منفذ التوزيع

Check
شيك

Chief Executive
كبير الإداريين التنفيذين

Circular
منشور

Claim
مطالبة

Classification of the Marketing Opportunities
تصنيف الفرص التسويقية

Classified Advertisings
إعلانات مبوبة

Clients
عملاء (زبائن)

Close Sales
غلق عملية البيع

Closed End Questions
الأسئلة المغلقة

Closeout
تصفية البضاعة

Clustering Sample
العينة العنقودية

Co–Branding
العلامة المشتركة

Code
مجموعة قوانين أو رموز

Cognitive Dissonance
التنافر الإدراكي (الشعور بعدم الرضا)

Cognitive Learning
التعلم الفكري

Cold Call
المكالمات الباردة

Collection Delivery
التحصيل عند التسليم

Collection Period
مدة التحصيل

Collective Buying
الشراء الجماعي

Combination Export Manager
مدير تصدير يمثل المنتج ومكتب المبيعات في نفس الوقت

Combined Target Market Approach
الجمع بين نهج السوق المستهدف

Combiners
الدمج

Commerce
تجارة

Commercial Advertising
الإعلان التجاري

Commercial Agreement
اتفاقية تجارية

Commercial Exhibit
معرض تجاري

Commercial Information
المعلومات التجارية

Commercial Law
قانون تجاري

Commercial Letter of Credit
خطاب اعتماد تجاري

Commercialization
طرح المنتج للتداول

Commission
عمولة

Commission Merchant
تاجر بالعمولة

Common Pricing
التسعير العام (سعر مشترك)

Communication
الاتصال

Communication Processes
عملية الاتصال

Communication Skills
مهارات الاتصال

Community Shopping Centers
مجمع تجاري محلي

Company
شركة

Comparative (Comparison) Advertising
الإعلان المقارن

Competition
منافسة

Competition Environment
بيئة المنافسة

Competition Intelligence
الاستخبارات التنافسية

Competition Oriented Pricing
التسعير على أساس أسعار المنافسين

Competitive Advantage
الميزة التنافسية

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Competitive Advertising
الإعلان التنافسي

Competitive Bid
عطاء تنافسي

Competitive Environment
البيئة التنافسية

Competitive Parity Method
المساواة مع المنافسين

Competitive Pricing
التسعير التنافسي

Competitor Analysis
تحليل المنافسين

Competitors
المنافسون

Complaint
شكوى

Complementary Product Pricing
سعر المنتج المتمم

Complementary Products
التكامل السلعي

Component Parts
القطع والمكونات

Comprehension
استيعاب

Concentrated Marketing
التسويق المركز

Concept Testing
اختبار الفكرة أو المفهوم

Conditional Sale
بيع مشروط

Confirmation
التأكيد

Confrontation Strategy
إستراتجيه المواجهة

Consortium
اتحاد شركات

Consultative Selling Approach
طريقة البيع الاستشاري

Consumable Supplies
مواد استهلاكية

Consumer Advertising
إعلان استهلاكي

Consumer Analysis
تحليل المستهلك

Consumer Behavior
سلوك المستهلك

Consumer Buying Behavior
السلوك الشرائي للمستهلك

Consumer Buying Decision Process
مراحل عملية اتخاذ قرار الشراء

Consumer Buying Roles
أدوار السلوك الشرائي

Consumer Cooperatives
الجمعيات التعاونية الاستهلاكية

Consumer Goods
سلع استهلاكية

Consumer Markets
الأسواق الاستهلاكية

Consumer Oriented Marketing
التسويق الموجه للمستهلك

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Consumer Oriented Sales Promotion
الترويج الموجه للتجار

Consumer Panel
هيئة المستهلكين

Consumer Price Index (CPI)
مؤشر لأسعار المستهلكين

Consumer Price Sensitivity
حساسية المستهلك للسعر

Consumer Protection
حماية المستهلك

Consumer Protection Agency
جمعية حماية المستهلك

Consumer Satisfaction Measurement
قياس رضا المستهلك

Consumer Spending
الإنفاق الاستهلاكي

Consumer Surplus
فائض المستهلك

Consumerism
حركة للمطالبة بحقوق المستهلك

Consumption
استهلاك

Consumption Rate
معدل الاستهلاك

Contests
المسابقات

Continuous Improvement
التطوير المستمر

Contract Manufacturing
التصنيع التعاقدي

Contractual Channel Systems
أنظمة القنوات التعاقدية

Controllable Variables
متغيرات يمكن السيطرة عليها

Convenience Food Stores
محلات التموين الغذائية الأساسية

Convenience Goods
السلع الميسرة

Convenience loyalty
الولاء المرتبط بالراحة

Convenience Sample
العينة المريحة

Conventional Channels of distribution
قنوات التوزيع التقليدية

Cooperative Advertising
الإعلان التعاوني

Copy Testing
اختبار النسخة

Copyright
حق النشر والتأليف

Copywriter
كاتب الإعلانات

Core Product
المنتج الجوهري

Corporate Advertising
الإعلان المؤسسي

Corporate Identity
هوية الشركة

Corporate Image
صورة الشركة

Corporate Level Planning
التخطيط على مستوى الشركة

Corporate Website
الموقع الإلكتروني للشركة

Cost Advantage
ميزة خفض التكاليف

Cost Center
مركز تكلفة

Cost Oriented Pricing
التسعير على أساس التكلفة

Cost Per–call
التكلفة حسب المكالمة

Cost Per–Thousand (CPM)
التكلفة لكل ألف شخص

Cost plus Pricing
التسعير على أساس التكلفة المضافة

Cost Price
سعر التكلفة

Counter Marketing
تسويق مضاد

Counter Trade
التجارة المتقابلة

Coupon
قسيمة (كوبون)

Create Awareness
خلق الإدراك

Credit Note
إشعار دائن

Credit Services
خدمات الائتمان

Criteria Market Segmentation
معايير تجزئة السوق

Cross Selling
البيع المتقاطع (الإضافي)

Consumer (Customer)
العميل

Customer Care
العناية بالعميل

Customer Centered Company
الشركة الموجهة للعملاء

Customer Database
قاعدة بيانات العملاء

Customer for Life (CFL)
عميل مدى الحياة

Customer Information
معلومات عن المستهلك

Customer Lifetime Value
قيمة العميل الدائمة

Cues
الإشارات

Cultural Barriers
المعوقات الثقافية

Cultural Environment
البيئة الثقافية

Culture
الثقافة

Cumulative Discount
الخصم التراكمي

Current Customers
عملاء حاليون

Current Marketing Situation
الوضع التسويقي الراهن

Customer Loyalty
ولاء العميل

Customer Participation
مشاركة العملاء

Customer Relations Department
إدارة علاقات العملاء

Customer Relationship
العلاقة مع العملاء

Customer Relationships Management (CRM)
إدارة علاقات العملاء

Customer Relationships Manager
مدير علاقات العملاء

Customer Retention
المحافظة على العملاء

Customer Rights
حقوق المستهلك

Customer Services
خدمة العملاء

Customer Value
قيمة العميل

Customers Expectation
توقعات العملاء

Customers Satisfaction
رضا العملاء

Customers Service Standards
معايير خدمة العملاء

D

Dairy Products
منتجات الألبان

Data
بيانات

Data Bank
بنك المعلومات

Data Collection
جمع البيانات

Database Marketing
قاعدة بيانات التسويق

Dealer
تاجر

Dealer Brand
العلامة التجارية للبائع

Dealing Motives
دوافع التعامل

Debit Note
إشعار مدين

Decentralization
اللامركزية

Deciders
أصحاب القرار

Decision Making Unit
وحدة اتخاذ القرار

Decision Support System (DSS)
نظام دعم اتخاذ القرار

Decline Stage
مرحلة الانحدار

Decoding
عملية فك التشفير (التفسير)

Defensive Advertising
الإعلان الدفاعي

Defensive Marketing Strategies
إستراتيجية التسويق الدفاعية

Defensive Pricing
التسعير الدفاعي

Deficient Products
منتجات معيبة

Defining The Problem
تحديد المشكلة

Delegate Member
عضو مجلس الإدارة

Deleting Products
حذف المنتجات

Delivery
التوصيل (التسليم)

Delivery Gap
فجوة التسليم

Delivery Note
إشعار التسليم

Delivery Order
إذن التسليم

Demand
الطلب

Demand Backward Pricing
تسعير الطلب العكسي

Demand Curve
منحنى الطلب

Demand Oriented Pricing
التسعير على أساس الطلب

Demarketing
تقليل الأنشطة التسويقية

Demographic Criteria
التجزئة على الأساس الديمغرافي

Demographic Factors
العوامل الديموغرافية "السكانية"

Demography
علم السكان

Department Stores
متجر متعدد الأقسام

Deposit
إيداع

Depreciation
الاستهلاك

Derived Demand
الطلب المشتق

Descriptive Research
بحث وصفي

Desirable Product
المنتجات المرغوبة

Desire
خلق الرغبة

Desired Expectations
التوقعات المرغوبة

Desk Research
بحث مكتبي

Differential Marketing Strategy
إستراتيجية التسويق المتنوع أو المتباين

Differentiated Loyalty
الولاء المرتبط بالتميز

Differentiated Marketing
التسويق المتنوع

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Diffusion and Adaption
الانتشار والتبني

Direct Advertising
إعلان مباشر

Direct Channel
قنوات التوزيع المباشرة

Direct Distribution
توزيع مباشر

Direct Exporting
التصدير المباشر

Direct Investment
الاستثمار المباشر

Direct Mail Advertising
الإعلان بالبريد المباشر

Direct Mail Marketing
التسويق المباشر عبر البريد

Direct Mail Survey
الدراسات المسحية بالبريد المباشر

Direct Marketing
التسويق المباشر

Direct Materials
مواد أولية

Direct Selling
بيع مباشر

Discount
الخصم التجاري

Discount Stores
متاجر التخفيضات

Discrepancy of Assortment
التناقض في تشكيلة المنتجات

Discrepancy of Quantity
التناقض في الكمية

Discretionary Income
الدخل المتاح

Disposable Income
الدخل المخصص للإنفاق

Distribution
التوزيع

Distribution Centre
مركز توزيع

Distribution Intensity
كثافة التوزيع

Distribution Mix
مزيج التوزيع

Distribution Structure
هيكل التوزيع

Diversification Strategy
إستراتيجية التنوع

Divest Strategy
إستراتيجية الخروج

Dogs Products
المنتجات قليلة الحظ في السوق

Domestic Market
السوق المحلي

Door To Door Selling
البيع من خلال الطواف بالمنازل

Down Payment
الدفعة المقدمة

Downtime
وقت توقف

Downward Communication
الاتصال النازل

Drives
الدوافع

Durable Goods
السلع المعمرة

Drop Shippers
متعهدو الطلبات

Dynamic Pricing
التسعير الديناميكي

Dual Distribution
ثنائية التوزيع

Dumping
الإغراق

E

Early Adapters
أوائل المبادرين

Early Majority
الأكثرية المبكرة

Easy to Use
سهل الاستعمال

E-Commerce
التجارة الإلكترونية

Economic Cycle
دورة اقتصادية

Economic Environment
البيئة الإقتصادية

Economic Of Scale
اقتصادات الحجم الكبير

Economic Shopper
المتسوق الاقتصادي

Economic Utility
المنفعة الاقتصادية

Educational Advertising
الإعلان التعليمي

Ego
تحقيق المكانة

Electronic Government
الحكومة الإلكترونية

Electronic Mail (E-mail)
البريد الإلكتروني

Electronic Marketing (E-Marketing)
التسويق الإلكتروني

Elite
النخبة

Embargo
حظر

Emergency Goods
سلع الطوارئ (الاضطرارية)

Emotional (Irrational) Motives
دوافع عاطفية

Emotional Apples
النداء العاطفي

Emotional Decision
قرار عاطفي

Emotional loyalty
ولاء عاطفي

Emotional Needs
حاجات عاطفية

Employment Agency
وكالة توظيف

Empowerment
التمكين

Encoding
ترميز

Enterprise
مشروع

Entrepreneur
المبادر – صاحب المشروع

Entry Barriers
عراقيل الدخول

Environment Scanning
المسح البيئي

Environmentalism
مناصرو البيئة

Equipments
معدات

Essential Products
المنتجات الضرورية

Esteem Needs
الحاجة للتقدير

Ethical Pricing
التسعير الأخلاقي

Ethnic Groups
المجموعات العرقية

Evaluation
التقييم

Evaluation of Alternatives
تقييم البدائل

Event Management
إدارة المناسبات

Exchange
التبادل

Exclusive Distribution
التوزيع الحصري

Exhibition Show
معرض تجاري

Exhibition Stand
جناح المعرض

Expatriates Manpower
العمالة الأجنبية

Expected Service
الخدمة المتوقعة

Experience
خبرة – تجربة

Experimental Research
البحث التجريبي

Exploratory Research
بحث استكشافي

Export
التصدير

Export Channel
قناة تصدير

Export Companies
شركات التصدير

Express Warranty
ضمان صريح

Extended Family
الأسرة الممتدة

Extended Problem Solving
الحل الموسع للمشكلة

External Audit
التدقيق الخارجي

External Communication
الاتصالات الخارجية

External Customer
العميل الخارجي

External Environment
البيئة الخارجية

External Market
السوق الخارجي

Extra Taxes
الضرائب الإضافية

F

Facilitating Product
منتجات التسهيل

Factory Outlet
منفذ بيعي لمصنع

Familiarity loyalty
الولاء بالتعامل المألوف

Family
الأسرة

Family Brand Name
علامة العائلة لمنتجات الشركة

Family Life Cycle
دورة حياة العائلة

Family Packaging
التغليف العائلي

Family Size
حجم الأسرة

Fast Moving Consumer Goods (FMCG)
سلعة استهلاكية سريعة التلف

Fear Appeal
إغراء الخوف

Feasibility Study
دراسة الجدوى

Feedback
تغذية راجعة

Field Research
دراسة ميدانية

Field Sales Manager
مدير المبيعات الميداني

Final Consumer
المستهلك النهائي

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

Final Report
التقرير النهائي

Financial Commitments
الإلتزامات المالية

Financial Risk
المخاطرة المالية

Fixed Cost
تكاليف ثابتة

Fixed Salary
الراتب الثابت

Flattering Demand
الطلب المتناقص

Focus Group
مجموعة التركيز

Follow Up
المتابعة

Following Competition
اتباع المنافسين

Forecasting
التنبؤ

Foreign Agent
الوكيل الأجنبي

Foreign Competition
المنافسة الأجنبية

Foreign Distributor
الموزع الأجنبي

Foreign Sales Branch
مكتب المبيعات الخارجي

Form Utility
المنفعة الشكلية

Formal Communication
الاتصالات الرسمية

Frame of Reference
الإطار المرجعي

Franchise
حق الامتياز

Franchise House
بيت الامتيازات

Franchising Contract
عقود الامتياز

Free Sample
العينة المجانية

Free Trade Area
منطقة التجارة الحرة

Freelance
عامل حر (مستقل)

Frequency
التكرار

Frequency Marketing Program
برامج الاستمرار

Fringe Benefit
ميزة إضافية

Frozen Product
سلع مجمدة

Full Demand
الطلب الكامل

Full Service Wholesalers
متاجر الجملة العادية

Full–Service Advertising Agency
وكالة إعلان متكاملة

Functional Discount
الخصم الوظيفي

Functional Modification
التعديلات الوظيفية

G

Gadget
أداة أو آلة

Gap Analysis
تحليل الفجوات

Gap Value
فجوة القيمة

Gatekeeper
مراقبو المعلومات

Gender
نوع الجنس

Gender Segmentation
التقسيم حسب الجنس

General Merchandise Retailers
متاجر التجزئة العامة

General Merchandise Wholesalers
متاجر الجملة العامة

General Product
منتج عام

General store
متجر عام

Generic Advertising
إعلان عام

Generic Competition
المنافسة الشاملة

Generic Product
منتج عام

Geographic Based Sales Force
القوة البيعية على أساس جغرافي

Geographic Segmentation
التجزئة على أساس جغرافي

Geographical Pricing
التسعير الجغرافي

Gift
هدية

Global Brand
علامة تجارية عالمية

Global Markets
الأسواق الدولية

Global Product
منتج عالمي

Goal
الغرض (الهدف)

Going Rate Pricing
التسعير على أساس السوق

Goods
السلع

Goodwill
شهرة الشركة

Government Market
السوق الحكومي

Gray Market
السوق الرمادي

Green Marketing
التسويق الأخضر

Gross National Product (GNP)
الدخل القومي للسلع

Group Force
تأثير الجماعات المرجعية

Growth Stage
مرحلة النمو

Guarantee Certificate
شهادة ضمان

Guerrilla Attack
هجوم العصابات

Guerrilla Marketing
حرب عصابات التسويق

Guest
ضيف

H

Habitual Buying Behavior
السلوك الشرائي الاعتيادي

Handling Objections
معالجة الاعتراضات

Happy Hours
الساعات السعيدة

Hard Selling
تكثيف البيع (البيع الصعب)

Hard to Copy Product
سلع يصعب تقليدها

Hardware Stores
محلات بيع المعدات والأدوات

Harvest Strategy
إستراتجية الحصاد

Heterogeneous Group
مجموعه متنافرة

High Involvement Product
منتجات الاستغراق الكامل

Holding Company
الشركة القابضة

Home Appliances
الأجهزة المنزلية

Home Banking
العمليات المصرفية من المنزل

Home Delivery
التوصيل للمنازل

Homogenous Group
مجموعة متجانسة

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Horizontal Communication
الاتصال الأفقي

Horizontal Marketing System
نظم التسويق الأفقية

Horizontal Pricing Fixing
تثبيت السعر أفقيًا

Hospitality Marketing
تسويق الضيافة

House Ownership
حيازة المسكن

Human Behavior
السلوك الإنساني

Human Resources
الموارد البشرية

Hypermarket
أسواق التموين الضخمة

Hypotheses
الفرضيات

Ideal Expectations
التوقعات المطلوبة

Ideal Market Exposure
عرض السوق المثالي

Ideas
أفكار

Ideas Generation
إنتاج الأفكار

Ideas Marketing
تسويق الأفكار

Ideas Screening
غربلة الأفكار

Identity loyalty
الولاء للاسم

Image Advertising
الإعلان الانطباعي

Image Building
بناء الصورة الذهنية

Image Pricing
التسعير على أساس المظهر

Imitation
التقليد

Imitative Strategy
إستراتيجية التقليد

Implementation
التطبيق

Implied Warranty
ضمان غير صريح

Impulse Goods
سلع النزوة

Impulse Purchasing
الشراء الفوري

In–depth Interview
المقابلات الشخصية العميقة

Incentive
الحافز

Income Statement
بيان الدخل

Independent Retailer
متجر مستقل

Indirect Advertising
الإعلان غير المباشر

Indirect Distribution
توزيع غير مباشر

Indirect Marketing
تسويق غير مباشر

Individual Brand Name
العلامة الفردية

Industrial Advertising
الإعلان الصناعي (الفني)

Industrial Consumer
المستهلك الصناعي

Industrial Goods
السلع الصناعية

Industrial Market
السوق الصناعي

Industrial Marketing
التسويق الصناعي

Industrial Purchasing
الشراء الصناعي

Industrial Relations
علاقات صناعية

Industry
الصناعة

Inelastic Demand
الطلب غير المرن

Inferior Goods
سلع رديئة

Inflation
التضخم

Influence of Advertising
تأثير الإعلان

Influence of Salespeople
تأثير رجال البيع

Influencer
المؤثر

Infomercial
إعلان إخباري

Informal Advertising
إعلان إعلامي

Informal Communication
الاتصالات غير الرسمية

Information
معلومات

Information Search
البحث عن المعلومات

Information Technology
تكنولوجيا المعلومات

Informative Advertising
الإعلان الإخباري

Initiators
المبادر

Innovations
ابتكارات

Innovative Marketing
التسويق المبتكر

Innovators
المغامرون

Inseparability
التلازمية

Insert
المقحمة (الإنسيرت)

Inspection Buying
الشراء بعد المعاينة

Installations
التجهيز أو التركيب

Institutional Advertising
الإعلان المؤسسي

Institutional Market
السوق المؤسسي

Intangible
غير ملموس

Integrated Marketing Communication (IMC)
الاتصالات التسويقية المتكاملة

Intensity of Use
كثافة الاستخدام

Intensive Distribution
التوزيع المكثف (الشامل)

Interactive Marketing
التسويق التفاعلي

Interceptive Interview
اللقاءات الشخصية الاعتراضية

Interest
الاهتمام

Intermediaries
الوسطاء

Internal Communication
الاتصالات الداخلية

Internal Customer
العميل الداخلي

Internal Environment
البيئة الداخلية

International Advertising
الإعلان الدولي

International Contracts
العقود الدولية

International Distribution
التوزيع الدولي

International Marketing
التسويق الدولي

International Markets
الأسواق العالمية

International Pricing
التسعير الدولي

International Products
المنتجات الدولية

International Promotion
الترويج الدولي

Internet Marketing (I Marketing)
التسويق عبر الإنترنت

Interview
مقابلة

Introduction Price Dealing
تمهيد سعر (السعر التقديمي)

Introduction Stage
مرحلة تقديم السلعة

Invention
ابتكار

Inventory
المخزون

Inventory Control
الرقابة على المخزون

Inventory Management
إدارة المخزون

Irregular Demand
طلب غير منتظم

J

Japan External Trade (JETRO)
إدارة تجارة اليابان الخارجية

Job
عمل

Job Description
وصف العمل

Job Rotation
تدوير العمل

Joint Product
منتجات مترابطة

Joint Promotion
إعلان مترابط

Joint Venture
مشاريع مشتركة

Jumbo Pack
منتج أو عبوة بحجم كبير

Junk Mail
البريد غير المرغوب فيه

Just in time (JIT)
في الوقت المحدد



Kaizen
التحسين المستمر

Key Account
حساب رئيس

Kill a Project
رفض مشروع

Kiosk
كشك

Know–how
الخبرة والمعرفة

Kosher
كوشر (صحيح أو ملائم) باللغة العبرية

L

Labeling
التبيين

Lack of Marketing Know–How
قلة الخبرة التسويقية

Laggards
المتقاعسون

Late Majority
المشترون الحذرون

Latent Demand
الطلب الكامن

Launching
الانطلاق والتقديم

Law of Demand and Supply
قانون الطلب والعرض

Law of Diminishing Demand
قانون تناقص الطلب

Leader Pricing
التسعير الجاذب (الأسعار الرائدة)

Learning
التعلم

Leasing
التأجير

Legal Market
السوق القانوني

Length of Channel
طول قناة التوزيع

Length of Product Life Cycle
طول دورة حياة المنتج

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Letter of Credit
خطاب اعتماد

Licensed Brand
العلامة التجارية المرخصة

Licensing
ترخيص

Lifestyle Analysis
تحليل أسلوب الحياة

Limited Line Stores
مخازن محدودة الخط الإنتاجي

Limited Problem Solving
الحل المحدود للمشكلة

Limited Service Advertising Agency
وكالة إعلان محدودة

Limited Wholesaler
متاجر الجملة المتخصصه

List Price
قائمة الأسعار

Lobbying
الاستمالة

Local Advertising
إعلان محلي

Long Range Plan
تخطيط طويل المدى

Low Class
الطبقة الدنيا (المنخفضة)

Low Involvement Product
منتجات منخفضة الاستغراق

Low Pricing Policy
سياسة السعر المنخفض

Loyalty Contract
ولاء الارتباط

Luxury Products
المنتجات الكمالية

M

Macro Environment
عوامل البيئة الكلية

Macro Marketing
التسويق على المستوى الكلي

Magazine Advertising
إعلان في مجلة

Mail Order Wholesalers
متاجر الجملة بالبريد

Mailing List
القوائم البريدية

Mail–Order Sales
البيع بالبريد

Major Accounts Sales Force
فريق المبيعات للحسابات المهمة

Management
الإدارة

Management Contract
عقد الإدارة

Manager
مدير

Managing Differentiation
إدارة التمييز

Managing Services
إدارة الخدمات

Managing Supply and Demand
إدارة العرض و الطلب

Manufacture Brands
الاسم التجاري للجهة الصانعة

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Manufactures Agents
وكلاء المصنعين

Manufactures Sales Branches
فروع مبيعات المصنعين

Marginal Analysis
التحليل الحدي

Mark
الماركة

Markdown Pricing
مبيعات الفرصة (تخفيض السعر)

Markdown Ratio
نسبة التخفيض

Market
السوق

Market Analysis
تحليل السوق

Market Based Sales Force
القوة البيعية على أساس السوق

Market Challenger
شركة متحدية في السوق

Market Concentration
التركيز (التركز) في الأسواق

Market Development
تطوير وتنمية السوق

Market Development Strategy
إستراتيجية تطوير السوق

Market Expansion
توسيع السوق

Market Follower
شركة تابعة للسوق

Market Growth
نمو السوق

Market Information Center
مركز المعلومات التسويقية

Market Information Function
وظائف معلومات السوق

Market Introduction
تقديم المنتج للسوق

Market Leader
شركة قائدة للسوق

Market Niche
شريحة تسويقية صغيرة

Market Penetration
اختراق السوق

Market Positioning
التمركز في السوق

Market Research
بحوث السوق

Market Risk
مخاطر تسويقية

Market Saturation
تشبع السوق

Market Segment
قطاع سوقي

Market Segmentation
تجزئة السوق

Market Share
الحصة السوقية

Market Size
حجم السوق

Market Targeting
استهداف السوق

Market Test
اختبار السوق

Marketer
المسوق

Marketing
التسويق

Marketing (Era) Concept
المفهوم (عصر) التسويقي

Marketing Advantage
الميزة التنافسية التسويقية

Marketing Audit
المراجعة التسويقية

Marketing Budget
ميزانية تسويقية

Marketing Challenges
تحديات التسويق

Marketing Communication
الاتصالات التسويقية

Marketing Consultant Firms
شركات الاستشارات التسويقية

Marketing Control
الرقابة التسويقية

Marketing Efficiency
الكفاءة التسويقية

Marketing Environnent
البيئة التسويقية

Marketing Ethics
أخلاقيات التسويق

Marketing Function
وظائف التسويق

Marketing Implementation
التنفيذ التسويقي

Marketing Information System (MIS)
نظم المعلومات التسويقية

Marketing Intelligence
الاستخبارات التسويقية

Marketing Management
إدارة التسويق

Marketing Message
رسالة تسويقية

Marketing Mistakes
أخطاء تسويقية

Marketing Mix
المزيج التسويقي

Marketing Mix Objectives
أهداف المزيج التسويقي

Marketing Myopia
قصر النظر التسويقي

Marketing Network
الشبكة التسويقية

Marketing Objectives
الأهداف التسويقية

Marketing Offer
العرض التسويقي

Marketing Opportunities
الفرص التسويقية

Marketing Organization
التنظيم التسويقي

Marketing Orientation
التركيز التسويقي

Marketing Plan
خطة التسويق

Marketing Policy
سياسات التسويق

Marketing Process
العملية التسويقية

Marketing Program
البرنامج التسويقي

Marketing Research
بحوث التسويق

Marketing Research Firms
شركات بحوث التسويق

Marketing Research International
بحوث التسويق الدولية

Marketing Research Process
عمليات أبحاث التسويق

Marketing Risk
مخاطر التسويق

Marketing Service Agency
وكالات الخدمات التسويقية

Marketing Strategy
الإستراتيجية التسويقية

Marketing Success
نجاحات تسويقية

Marketing Techniques
التقنيات التسويقية

Marketing Tool
أداة تسويقية

Marketplace
مكان السوق

Markup
رفع السعر

Maslow Hierarchy of Needs
هرم ماسلو للحاجيات

Mass Audience
جمهور المشاهدين

Mass Marketing
التسويق (الموحد) الشامل

Mass Media
وسائل النشر واسعة الانتشار

Mass Merchandisers
التخزين الإجمالي

Mass Merchandising
المتاجر العامة

Mass Merchandising Concept
مفهوم التخزين الإجمالي

Mass Production
الإنتاج الكبير

Mass Selling
البيع (الجماعي) بكميات كبيرة

Material Management
إدارة المواد

Materials and Parts
المواد والأجزاء

Mature Product
منتج ناضج

Maturity Stage
مرحلة النضوج

Maximize Customer Satisfaction
تعظيم الإشباع للعملاء

Maximize Quality of Life
رفع مستوى الحياة

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Maximize the Market Consumption
تعظيم حجم الاستهلاك في السوق

Me Too Product
سلع متشابهة (تقليد)

Measurable Responses
قياس ردة الفعل

Media
وسائل الإعلام

Media Buying
شراء وسائل إعلانية "إعلامية"

Media Class
نوعية الوسيلة

Media House (Firm)
شركة للوسائل الإعلانية "الإعلامية"

Media Impact
التأثير الإعلامي

Media Plan
خطة الوسائل الإعلامية

Media Vehicles
الوسيلة الإعلامية

Membership Group
مجموعات العضوية

Mental Needs
حاجات عقلية

Merchandising
تصريف البضاعة

Merchandising Management
إدارة البضائع

Merchant Wholesalers
تجار الجملة

Message
الرسالة

Message Source
مصدر الرسالة (المرسل)

Micro Environment
عوامل البيئة الجزئية

Micro Marketing
التسويق على المستوى الجزئي

Middle Class
الطبقة الوسطى

Milking the Brand
حلب العلامة التجارية

Mission Statement
الرسالة

Modified Rebuy
الشراء المعدل

Modifying Existing Products
تعديل المنتجات الحالية

Moment of Truth
لحظات الحقيقة

Monetary Transaction
العمليات النقدية

Monopolistic Competition
المنافسة الاحتكارية

Monopoly
الاحتكار

Moral Appeals
المناشدة الأخلاقية

Most Valuable Customers
العملاء الأكثر قيمة

Motivation
الدوافع

Multi Brand Strategy
إستراتيجية تعدد العلامات التجارية

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Multi Segment Marketing

التسويق الموجه لعدد من شرائح السوق

Multimedia

الوسائط المتعددة

Mystery shopping

التسوق السري

N

National Advertising
الإعلان الوطني (العام)

Nationalism
الوطنية أو القومية

Natural Environment
البيئة الطبيعية

Natural Monopoly
احتكار طبيعي

Natural Products
المنتجات الطبيعية

Nature of Marketing
طبيعة التسويق

Need Recognition
الشعور بالحاجة

Needs
الاحتياجات

Negative Demand
الطلب السلبي

Negotiated Contract Buying
عقود البيع القابلة للتفاوض

Negotiated Pricing Policy
سياسة التفاوض على السعر

Neighborhood Shopping Centers
السوق المركزي للحي

Neuromarketing
التسويق العصبي

Net Profit
صافي الربح

Net Sales
صافي المبيعات

Network Marketing
التسويق الشبكي

Net Weight
الوزن الصافي

New Entrants
الداخلون الجدد للسوق

New Product
منتج جديد

New Task Buying
شراء منتج جديد

Newspaper Advertising
الإعلان الصحفي

Newspaper Circulation
حجم التوزيع

No Demand
عدم وجود الطلب

Noise
إزعاج (تشويش)

Non Cumulative Discount
الخصم الكمي غير المتجمع

Non Durable Goods
سلع غير معمرة

Non Personal Communication
وسائل اتصال غير شخصي

Nonprofit Organization
منظمة شرعية "لا تهدف للربح"

O

Objectives
الأهداف

Objectives and Task Method
طريقة الأهداف والواجبات

Observational Research
البحث عن طريق الملاحظة

Obtaining Demand
خلق الطلب

Odd Even Pricing
الأسعار الكسرية

Off Price Retailer
متاجر التوفير

Old Customer
عميل قديم

Oligopoly
احتكار القلة

One Price Policy
سياسة السعر الموحد

One Stop Shopping
مكان واحد للتسوق

Online Advertising
الإعلان على الإنترنت

Open Ended Questions
الأسئلة المفتوحة

Operating Expense
مصاريف التشغيل

Operating Goods
منتجات تشغيل

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

Operating Statement
الملخص المالي للعمليات

Operational Reports
تقارير العمليات

Opinion Leaders
قادة الرأي

Opportunity Cost
تكلفة الفرصة البديلة

Order Getters
جالبو الطلبات

Order Takers
متسلمو الطلبات

Out of Home Media
وسائل إعلانية خارجية

Outbound Call
مكالمات صادرة

Outdoor Advertising
إعلانات الطرق

Outsourcing
التعاقدات الخارجية

Overfull Demand
الطلب الزائد

Overhead
مصاريف

Overproducing
زيادة إنتاج

Overtime
وقت إضافي

Ownership Motives
دوافع الامتلاك

P

Packaging
التعبئة و التغليف

Parts
الأجزاء

Part–time Job
عمل جزئي

Patronage Advertising
إعلانات التعامل

Patronage Motives
دوافع التعامل

Patronage Reward
مكافآت الاستعمال

Pattern of Consumption
نمط الاستهلاك

Payroll
كشف الرواتب

Penetration Pricing
التسعير الاختراقي

Pension
معاش التقاعد

Perceived Motive
الدافع المدرَك

Perceived Quality
الجودة المدركة

Perceived Service
الخدمة المدركة

Perceived Value Pricing
التسعير على أساس القيمة المدركة

Percentage of Sales Method
طريقة نسبة المبيعات

Perception
الإدراك

Perceptual Map
الخريطة الإدراكية

Perceptual Marketing
التسويق الإدراكي

Perfect Competition
المنافسة الكاملة

Perfect Market
السوق الكامل (المثالي)

Performance Risk
مخاطرة الأداء

Peripheral Services
خدمات طرفية

Perishable
غير قابل للتخزين

Person Marketing
تسويق الأشخاص

Personal Communication Channels
قنوات الاتصال الشخصي

Personal Digital Assistant (PDA)
مساعد رقمي شخصي

Personal Income
الدخل الشخصي

Personal Influence
التأثير الشخصي

Personal Interview
مقابلة شخصية

Personal Needs
الحاجات الشخصية

Personal Selling
البيع الشخصي

Personality
الشخصية

Persuade
إقناع

Persuasive Advertising
الإعلان الإقناعي

Petty Cash
مصاريف نثرية

Phase Out
التخلص التدريجي

Physical Distribution
التوزيع المادي

Physical Distribution Firms
شركات النقل والتخزين

Physical Evidences
الشهادات الطبيعية

Physical Product
التوزيع المادي

Physical Risk
المخاطرة البدنية

Physiological Needs
الحاجات الفسيولوجية

Pilot Launch
الانطلاقة التجريبية

Pink Marketing
التسويق الوردي

Pioneering Advertising
الإعلان الرائد

Place
المكان

Place Marketing
تسويق الأماكن

Place Utility
المنفعة المكانية

Planned Shopping Center
مركز التسوق المخطط

Pleasing Products
منتجات ممتعة

Point Of Purchase Display
العرض عند نقطة الشراء

Point of Sales
نقطة البيع

Political and Legal Environment
البيئة السياسية والقانونية

Political Variables
المتغيرات السياسية

Population
السكان "أو مجموع عينة الدراسة في أبحاث التسويق"

Positioning
المكانة الذهنية

Possession Utility
المنفعة الحيازية

Post Experience
بعد التجربة

Post Payment
الدفع المؤجل

Post Purchase Behavior
سلوك ما بعد الشراء

Poster
البوستر (الإعلانات الطليقة)

Potential Customer
العميل المرتقب (المحتمل)

Potential Entrants
الداخلون المحتملون للسوق

Potential Market
السوق المرتقب

Pre-Approach
أسلوب التحضير المسبق

Preliminary Investigation
التحري التمهيدي

Premium Pricing
سعر أعلى

Premiums
الجوائز

Prepaid
مدفوع مقدما

Pre-Purchase Behavior
سلوك ما قبل الشراء

Pre-Purchase Decision
قرار ما قبل الشراء

Presentation
العرض

Press Conference
المؤتمرات الصحفية

Press Release
خبر صحفي

Pressure Groups
مجموعات الضغط

Prestige Pricing
أسعار المكانة (البريستيج) أو التسعير المفخم

Previous Budget
الميزانية السابقة

Price
السعر

Price Analyst
محلل أسعار

Price Cash Flows
أهداف متعلقة بالتدفقات النقدية

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

Price Changes
تغير الأسعار

Price Competition
منافسة الأسعار

Price Discounting
أسعار الخصم

Price Discrimination
التمايز السعري

Price Elasticity of Demand
مرونة الطلب

Price Elasticity Of supply
مرونة العرض

Price Fixing
تحديد السعر

Price Flexibility
مرونة التسعير

Price Limit
تحديد السعر

Price Lining
أسعار المجموعات

Price Pack
الرزمة السعرية

Price Parallelism
تطابق السعر

Price Perception
إدراك السعر

Price Quotation
عرض أسعار

Price Reduction
تخفيض السعر

Price Shading
البيع بالقائمة

Price War
حرب الأسعار

Pricing Methods
طرق التسعير

Pricing Objectives
أهداف التسعير

Pricing Policies
سياسات التسعير

Pricing Strategies
إستراتيجية التسعير

Primary Advertising
إعلانات الطلب الأولي

Primary Data
البيانات الأولية

Primary Demand
طلب أولي

Primary Demand Strategies
إستراتيجيات الطلب الأساسي

Primary Motives
الدوافع الأولية

Priceless
لا يقدر بثمن

Pricing for Market Share
أهداف سعرية متعلقة بالحصة السوقية

Pricing for Market Stability
التسعير بهدف الحفاظ على استقرار السوق

Pricing for Profit
التسعير بهدف الربح

Pricing for Sales Volume
التسعير بهدف تحقيق حجم مبيعات

Pricing Leader
القيادة السعرية

Pricing Mechanism
آلية التسعير

Primary Reference Group
الجماعة المرجعية الأولى

Prime time
وقت الذروة

Print Media
الوسائل المطبوعة

Private Brand
الاسم التجاري الخاص

Privatization
الخصخصة

Proactive Strategy
الإستراتيجية الاستباقية

Problem Identification
التعرف على المشكلة

Problem Recognition
إدراك المشكلة

Problem Solving
حل المشكلة

Process Goods
المواد الإنتاجية

Process Materials
المواد التحويلية

Product Adaptation
مواءمة المنتج

Product Advertising
الإعلان السلعي

Product Attributes
صفات المنتج

Product Based Sales Force
القوة البيعية على أساس المنتج

Product Benefits
منافع المنتج

Product Bundle Pricing
التسعير على أساس حزم المنتجات

Product Classification
تصنيف المنتج

Product Demonstration
عرض المنتج

Product Mix Depth (Product Assortment)
عمق المزيج السلعي

Product Design
تصميم المنتج

Product Development
تطوير المنتج

Product Differentiation
التميز السلعي

Product Idea
فكرة المنتج

Product Identification
تمييز المنتج

Product Image
صورة المنتج

Product Information
معلومات عن المنتج

Product Item
وحدة المنتج

Product Lifecycle (PLC)
دورة حياة المنتج

Product line
خط المنتجات

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Product Line Extension
توسيع خط المنتجات

Product Line Pricing
تسعير خط المنتجات

Product Loyalty
الولاء للمنتج

Product Manager
مدير منتج

Product Mix
المزيج السلعي

Product Mix Breadth
اتساع المزيج السلعي

Product Mix Consistency
تناسق المزيج السلعي

Product Mix Length
طول المزيج السلعي

Product Modification
تعديل المنتجات

Product Orientation
التركيز على المنتج

Product Placement
الإشارة (وضع) للمنتج

Product Planning
تخطيط السلع

Product Portfolio Models
نماذج تحليل المنتجات

Product Positioning
المكانة السوقية للمنتج

Product Quality
جودة المنتج

Product Recall
طلب إعادة المنتج

Product Segmentation
تقسيمات السلع

Product Specification
مواصفات المنتج

Product Standardization
نمطية المنتج

Product Support Services
خدمات دعم المنتج

Product Trial
تجربة المنتج

Product Type
تصنيف المنتج

Product Utility
فائدة السلعة

Product Value
قيمة المنتج

Product Mix Width
عرض مزيج المنتجات

Production
الإنتاج

Production (Era) Concept
المفهوم (عصر) الإنتاجي

Production Goods
السلع الإنتاجية

Products
المنتجات

Products Diversification
تنويع المنتجات

Professional Advertising
الإعلان المهني

Professional Pricing
التسعير المهني

Profit
الربح

Profit and Loss Statement
بيان الأرباح والخسائر

Profit Center
مركز ربح

Profit Margin
هامش ربحي

Profit Maximizing
تعظيم الأرباح

Profit Oriented Objectives
الأهداف المتعلقة بالربح

Profitable Customer
العميل المربح

Profit–sharing
المشاركة بالأرباح

Promotion
الترويج

Promotion Mix
المزيج الترويجي

Promotional Allowances
مسموحات الترويج

Promotional Discount
الخصم الترويجي

Promotional Objectives
أهداف الترويج

Promotional Pricing
التسعير الترويجي

Promotional Tools
أدوات ترويجية

Propensity To Consume
الميل للاستهلاك

Propensity To Invest
الميل للادخار

Proposal Solicitation
استدراج العروض

Prospecting
البحث عن العملاء المرتقبين

Prospective Buyer
مشتر محتمل

Prototypes Product
نماذج أولية للمنتجات

Psychographics
النمط اليومي

Psychographic Segmentation
التجزئة على أساس العوامل النفسية

Psychological Discount
الخصم النفسي

Psychological Motives
الدوافع العاطفية

Psychological Pricing
التسعير النفسي (السايكولوجي)

Public Image
الصورة الذهنية العامة

Public Opinion
الرأي العام

Public Relations
العلاقات العامة

Public Service Advertising
إعلان الخدمة العامة

Public Warehouse
المستودعات العامة

Publicity
الدعاية

Publishing
النشر

Pull Strategy
إستراتيجية الجذب

Punishment
العقاب

Purchase Behavior
السلوك الشرائي

Purchase by Installment
الشراء بالتقسيط

Purchase Decision
قرار الشراء

Purchase Intention
نية الشراء

Purchase Motivation
محفزات الشراء

Purchaser
منفذ الشراء أو المشتري

Purchasing
الشراء

Purchasing Power
القدرة الشرائية

Pure Competition
المنافسة التامة

Push Strategy
إستراتيجية الدفع

Q

Qualitative Research
البحث النوعي

Quality
الجودة

Quality Control
مراقبة الجودة

Quality Modifications
تعديلات مستوى الجودة

Quantitative Research
البحث الكمي

Quantity Discounts
الخصم الكمي

Question Mark Products
منتجات عليها علامة استفهام

Questionnaire
استبانة

Questionnaire Code
ترميز استمارة الأسئلة

Quotas
حصة نسبية

Quota Sampling
العينة الحصصية

R

Rational Appeal
النداء العقلاني

Rational Decision
قرار عقلاني

Rational Motives
دوافع عقلانية

Raw Materials
مواد خام

Reach
الوصول أو الاستهداف

Reactive Strategy
الإستراتيجية التفاعلية

Rebates
إعادة جزء من المبلغ المدفوع
(الحسومات)

Rack Jobbers
تاجر البيع القطاعي

Radio Advertising
إعلان راديو

Rail Roads
السكك الحديدية

Random Sampling
عينة عشوائية

Rate Card
بطاقة أسعار

Rate of Purchase
معدلات الشراء

Rate Of Return
سرعة دوران البضاعة

Rate of Usage
معدل الاستخدام

Recall
قياس الاستجابة

Receiver
المُستقبِل

Recession
ركود/ تراجع

Reciprocity
تبادل المصالح

Recognition of Unsatisfied Need
الشعور بالحاجة

Recommendation
توصية

Recurrent Information
المعلومات متكررة الحدوث

Recycled Products
سلع معاد تصنيعها

Redemption
استرداد

Referee Power
القوة المرجعية

Reference Group
المجموعة المرجعية

Reference Price
الأسعار المرجعية

Referral
التوصية (الإحالة)

Registered Trademark
الماركة المسجلة

Regular Pricing
الأسعار المعتادة

Reinforcement
التعزيز

Relationship Marketing
التسويق عبر العلاقات

Relaunch
إعادة إطلاق منتج

Reliability
الثبات

Remarketing
تجديد النشاط التسويقي

Reminder Advertising
الإعلان التذكيري

Repetitive Purchase
الشراء المتكرر

Replacement
الإحلال

Research And Development
البحوث والتطوير

Research Design
تصميم البحث

Resellers
بائعون

Responsive
الاستجابة

Responsive Marketing
التسويق الاستجابي

Results
نتائج

Retail Store
منفذ بيعي

Retailers
تجار التجزئة

Retailing
تجارة التجزئة

Return On Investment
العائد على الاستثمار

Return On Sales
العائد على المبيعات

Reverse Auction
المزاد العكسي

Reverse Marketing
التسويق العكسي

Rewards
المكافآت

Risk Taker
القدرة على تحمل المخاطر

Routine Problem Solving
الحل الروتيني للمشكلة

Run of Paper (ROP)
أي مكان في الصحيفة

S

Safety Needs
الحاجة للأمان

Safety Stock
مخزون الأمان

Salary Plus Commission
طريقة المرتب الثابت و العمولة

Sales
البيع

Sales Budget
ميزانية المبيعات

Sales Coverage
تغطية المبيعات

Sales Figure
أرقام المبيعات

Sales Force Structure
هيكلية القوة البيعية

Sales Forecasting
التنبؤ بالمبيعات

Sales Index
مؤشر المبيعات

Sales Lead
قيادة البيع

Sales Potential
المبيعات المحتملة

Sales Letter
خطاب البيع

Sales Management
إدارة المبيعات

Sales Orientation
التركيز على البيع

Sales Oriented Objectives
الأهداف المتعلقة بالمبيعات

Sales Outlet
منفذ بيعي

Sales Per Employee
المبيعات لكل موظف

Sales Per Square Foot
المبيعات لكل قدم مربع

Sales Person
رجل البيع

Sales Plan
تخطيط المبيعات

Sales Policy
سياسة المبيعات

Sales Promotion
تنشيط المبيعات

Sales Proposal
عرض بيعي

Sales Quotes
حصة المبيعات

Sales Representative
مندوب مبيعات

Sales Response
استجابة المبيعات

Sales Revenue
عائدات المبيعات

Sales Terms
شروط البيع

Sales Territory
منطقة البيع

Sales Volumes
حجم المبيعات

Salesman
رجل بيع

Salesmanship
فن البيع

Salespeople
رجال البيع

Sample
عينة

Searching for Alternatives
البحث عن بدائل

Seasonal Discounts
الخصم الموسمي

Seasonal Price
أسعار موسمية

Secondary Data
البيانات الثانوية

Secondary Reference Group
جماعات مرجعية ثانوية

Segmentation Criteria
معايير تجزئة السوق

Segmented Pricing
التسعير المجزئ

Selective Advertising
إعلان انتقائي

Selective Attention
الانتباه الانتقائي

Selective Demand
طلب انتقائي

Selective Distortion
التحريف الانتقائي

Selective Distribution
التوزيع الانتقائي

Selective Exposure
التعرض الانتقائي

Selective Motives
الدوافع الانتقائية

Selective Perception
الإدراك الاختياري

Selective Pricing
التسعير الانتقائي

Selective Retention
الحفظ الانتقائي

Self Actualization
الحاجة إلى تحقيق الذات

Self Concept
المفهوم الذاتي

Self Employed
أشخاص ذوو مهن حرة

Self Service Retailers
تجارة التجزئة الذاتية

Seller Market
سوق البائع

Selling (Era) Concept
المفهوم (عصر) البيعي

Selling Agents
وكلاء البيع

Selling Expenses
تكاليف المبيعات

Selling Formula Approach
البيع المنهج

Selling Function
وظيفة المبيعات

Selling Methods
طرق البيع

Selling Price
سعر البيع

Selling Process
عملية البيع

Sender
المرسل

Separation of Ownership
فواصل الملكية

Separation of Values
فواصل القيم

Sequential Sampling
العينة المتعاقبة

Service Delivery
تقديم الخدمة

Service Flats
شقق للإيجار

Service Intangibility
الخدمات غير الملموسة

Service Mark
العلامة التجارية للخدمة

Service Product Planning
تخطيط المنتج الخدمي

Service Variability
تنوع الخدمة

Services
الخدمات

Services Classifications
تصنيف الخدمات

Servicing Demand
خدمة الطلب

Setup Time
وقت التجهيز

Shareholders
مساهمون

Shelf Space
مساحة العرض

Shipment
شحنة

Shipping
شحن البضائع

Situation Analysis
تحليل الموقف

Situational Influence
التأثيرات الموقفية

Skimming Pricing
التسعير على أساس كشط السوق

Sky Sales
المبيعات الجوية

Slogan
شعار لفظي

Small Businesses
الأعمال الصغيرة

Social Class
الطبقة الاجتماعية

Social Environment
البيئة الاجتماعية

Social Information
المعلومات الاجتماعية

Shopping at Home
الشراء من المنزل

Shopping Center (Mall)
مركز التسوق

Shopping Goods
سلع التسوق

Shopping List
قائمة المشتريات

Short List
قائمة مختصرة

Short Term Planning
تخطيط قصير المدى

Single Line Stores
المحلات ذات النوعية الواحدة من السلع

Single Target Market Approach
الخيار الأوحد للسوق المستهدف

Social Marketing
التسويق الاجتماعي

Social Needs
الحاجات الاجتماعية

Social Responsibility
المسؤولية الاجتماعية

Social Risk
المخاطرة الاجتماعية

Social Survey
المسح الاجتماعي

Social Values
القيم الاجتماعية

Societal Marketing Concept
مفهوم التسويق الاجتماعي

Socioeconomic Criteria
التجزئة على أساس العوامل الاجتماعية والاقتصادية

Soft Selling
البيع السهل

Sold
مباع

Sole Agent
وكيل وحيد

Spam
غير المرغوب فيه

Spatial Separation
الفواصل المكانية

Special Event Pricing
أسعار المناسبات الخاصة

Specialized Industry
صناعة متخصصة

Specialty Goods
السلع الخاصة

Specialty Stores
متاجر خاصة

Standardization And Grading
تحديد المقاييس والمستويات

Standardized Items
مواد نمطية

Standardized product
منتج نمطي

Staples "Regular" Goods
المنتجات الأساسية "المعتادة"

Stars Products
المنتجات النجوم

Status Quo Pricing Objectives
المحافظة على الوضع الراهن للأسعار

Stimulus Demand
تحفيز الطلب

Specialty Wholesalers
تجار (المنتجات الخاصة) بالجملة

Spiritual Needs
حاجات روحية

Spokesman
المتحدث الرسمي

Sponsorship
رعاية تجارية

Stakeholders
أصحاب المصلحة

Standard Industrial Classification Codes (SIC)
رموز التصنيف الصناعي العام

Standard Of Living
مستوى المعيشة

Standardization
التنميط (القولبة، التقييس)

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Stock
مخزون

Stock Control
رقابة المخزون

Stock Turnover
دورة المخزون

Stocking Allowances
قيمة إعطاء أولوية للمنتج على الرفوف

Storage
التخزين

Store Convenience
المتاجر الميسرة

Straight Rebuy
الشراء الروتيني

Straight Salary
المرتب الثابت

Strap line
الشعار الإعلاني المكتوب

Strategic Business Unit
وحدة الأعمال الإستراتيجية

Strategic Growth Matrix
مصفوفة إستراتيجية النمو

Strategic Information
معلومات إستراتيجية

Strategic Plan
الخطة الإستراتيجية

Stratified Sampling
عينة طبقية

Style Modification
تعديلات في أشكال وأنماط السلع

Subculture
ثقافة فرعية

Subliminal Advertising
الإعلان اللاشعوري (الخفي)

Subsidiary
شركة تابعة

Substitute Product
المنتج البديل

Suggestive Selling
البيع الاقتراحي

Super Sizing
الحجم الضخم

Superior Services
خدمة فائقة الجودة

Supermarkets
متاجر الخدمة الذاتية

Superstores
المتاجر الكبيرة

Supervisor
مشرف

Suppliers
الموردون

Supplier Selection
اختيار المورد

Supplies
المستلزمات

Supplies and Services
الإمدادات والخدمات

Supply
العرض

Supply Curve
منحنى العرض

Supporting Products
منتجات الدعم

Supporting Salespeople
مساعدو البائعين (الأشخاص الداعمون)

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Surrounding Environment
البيئة المحيطة

Surveys
الدراسات المسحية

Survival Objectives
أهداف البقاء

Sweepstakes
السحوبات (اليانصيب)

Switching Cost Loyalty
الولاء الناتج عن ارتفاع تكلفة التغيير

SWOT Analysis
تحليل سوات

Symbolic Value
قيمة رمزية

Systematic Forecasting Process
خطوات عملية التنبؤ الفعال

T

Task Utility
منفعة المهمة

Team Selling
الفريق البيعي

Teaser Campaign
حملة إثارة الفضول

Technological Environment
البيئة التكنولوجية

Telemarketing (telesales)
التسويق الهاتفي

Telephone and Direct Mail Retailing
تجار التجزئة بواسطة التلفون أو البريد

Telephone Survey
الدراسات المسحية الهاتفية

Tactical Information
معلومات تكتيكية

Tactical Marketing Plan
خطط التسويق التكتيكية

Target Audience
الجمهور المستهدف

Target Costing
وضع التكاليف المستهدفة

Target Market
السوق المستهدف

Target Return Objective
الربح المستهدف

Tariffs
التعرفة الجمركية

Televised Retailing
البيع عن طريق التلفزيزن

Television Advertising
الإعلان التلفزيوني

Temporal Separation
الفواصل الزمانية

Test Marketing
الاختبارات التسويقية

Testimonial
تزكية أو شهادة

The Concept of Marketing
مفهوم التسويق

The Development of Marketing
مراحل تطور الفكر التسويقي

Third Part Logistics (TPL)
مقدم الخدمات اللوجستية المستقل

Tie In Sales
مبيعات الربط

Time Management
إدارة الوقت

Time Pricing
التسعير على أساس الوقت

Time Utility
المنفعة الزمانية

Top down Planning
التخطيط من الأعلى للأدنى

Top of Mind
أولوية في العقل

Total Cost
إجمالي التكاليف

Total Market Demand
إجمالي طلب السوق

Total Quality Management (TQM)
إدارة الجودة الشاملة

Total Variable Costs
مجموعة التكاليف المتغيرة

Tourism Marketing
التسويق السياحي

Trade Discount
الخصم التجاري

Trade In Allowance
علاوة استبدال

Trade Mark
العلامة التجارية

Trade Name
الاسم التجاري

Trade Oriented Sales Promotion
الترويج الموجه للتجار

Trade Promotion
الترويج التجاري

Trade Show
المعرض التجاري

Trading Down
تخفيض السعر لزيادة المبيعات

Trading Stamps
الطوابع التجارية

Traditional Channel Systems
نُظم القناة (الوسيلة) التقليدية

Traditionals
التقليديون

Trail
التجربة

Transaction
التعامل التجاري (الصفقات)

Transaction Marketing
التسويق بالصفقات

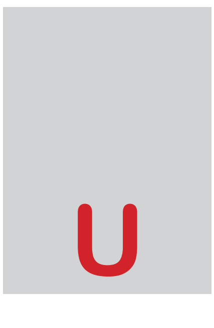
Truck Wholesalers
بائعو الجملة بواسطة الشاحنات

Transit Advertising
الإعلان المتحرك (الجوال)

Two Part Pricing
التسعير على جزئين

Transporting
النقل

Types of Salespeople
أنماط البيع الشخصي



Ultimate Consumer
المستهلك الأخير

Undercover Marketing
التسويق الخفي

Uncontrollable Variables
متغيرات لا يمكن السيطرة عليها

Under Positioning
انخفاض تمركز المكانة السوقية للمنتج

Undifferentiated Marketing
التسويق الموحد

User
المستخدم

Unfair Competition
التنافس غير العادل

Uniform Delivered Pricing
سعر التوصيل الموحد

Unique Selling Proposition (USP)
مقترح البيع الفريد

Unique Users
مستخدم وحيد

Unsought Product
المنتج غير المنشود "غير المدرك"

Unwholesome Demand
الطلب السيئ

Upper Class
الطبقة العليا

Upward Communication
الاتصال الصاعد

User
المستخدم

User–friendly
سهل الاستعمال

Utilities
مرافق (منافع)

V

Vacation (Holiday)
إجازة – عطلة رسمية

Validity
المصداقية

Value Added
قيمة مضافة

Value Added Tax (VAT)
ضريبة القيمة المضافة

Value Analysis
تحليل القيمة

Value Based Pricing
التسعير المبني على القيمة

Value in Use Pricing
القيمة في استخدام السعر

Value Marketing
التسويق القيمي

Value Pricing
القيمة السعرية

Value Proposition
وعد القيمة

Values
القيم

Variable Cost
تكاليف متغيرة

Variable Pricing
سياسة السعر المتغير

Vending Machine
مكائن البيع الذاتي

Vendor
البائع

Vendor Analysis
تقييم الموردين عن طريق التحليل

Vertical Competition
منافسة رأسية (عمودية)

Vertical Fixing
تثبيت السعر رأسيا (عموديا)

Vertical Integration
التوافق أو التكامل العمودي "التكافل الرأسي"

Vertical Marketing System
نظام التسويق العمودي

Vice President
نائب رئيس

Viral Marketing
التسويق الفيروسي

Vision Statement
الرؤية المستقبلية

Visual Communication
الاتصالات المرئية

Volume Industry
الصناعات الضخمة

W

Waiting Time
وقت الانتظار

Wants
الرغبات

Warehouse
مخزن

Warranty
الضمان

Water Carriers
النقل المائي

Wholesalers
تجار الجملة

Willingness to Buy
الرغبة في الشراء

Window Shopping
نافذة التسوق

Win–Win Strategy
إستراتيجية الكسب لجميع الأطراف

Word–of–mouth
التواصل الشفوي (المنطوق)

Working Capital
رأس المال العامل

World Bank
البنك الدولي

World Trade Organization (WTO)
منظمة التجارة العالمية



Youth Market
سوق الشباب

Yellow Pages Advertising
الصفحات الصفراء للإعلان

Z

Zone
منطقة جغرافية

Zapping
تغيير القنوات

Zone Poring
أجر الشحن

Zero Defects
انعدام العيوب

Zone Pricing
منطقة التسعير

Zip Code
الرمز البريدي

Zipping
التسريع

